



Plan de Negocios de una microempresa que ofrece información y publicidad de servicios turísticos. Presentación del prototipo: Diseño e implementación de un software de información turístico y promocional para las provincias de Guayas y Santa Elena.

Diana López, Rosa Castillo, Johanna Huamán, Ing. Víctor Bastidas
Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo Velasco – Km. 30.5 Vía Perimetral, Código Postal 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador
dmlopez@fiec.espol.edu.ec, rosita.castillo@gmail.com, jhuaman@fiec.espol.edu.ec

Resumen

Nuestro país posee infinidad de sitios turísticos que dan a conocer la belleza y riqueza de las tierras ecuatorianas. Generalmente es común que las personas acudan a los lugares más promocionados, privándose de visitar las oportunidades que nos ofrecen las zonas alejadas u otros sitios poco promocionados y conocidos. La información sobre características específicas y ubicación de sitios turísticos es escasa, incompleta y a veces incorrecta; esta debilidad la aprovechamos en nuestro emprendimiento para ofrecer una alternativa rápida y oportuna usando tecnologías de la información y dispositivos electrónicos de fácil acceso y operación. En este trabajo presentamos el plan de negocios para una microempresa que ofrece información y publicidad de servicios turísticos especialmente los pocos promocionados a través de la implementación de un software de fácil manejo. La información será completa, segura, actualizada, de calidad, de fácil uso y consulta. Además promocionaremos entidades turísticas ecuatorianas.

Palabras Claves: *Emprendedor, base tecnológica, software de información, microempresa, plan de negocios, turismo.*

Abstract

Our country has infinity of tourist sites that give to know the beauty and richness of the Ecuadorian lands. Generally, it is common that people go to more promoted places, being deprived of visiting of the opportunities offered by near areas and other places few promoted and well-known. The information about specific features and locations of tourist sites is scarce, incomplete and sometimes inaccurate. This weakness takes advantage of it in our emprendimiento to offer a quick and opportune alternative using technology of the information and electronics devices of east access and operation. Therefore, we present the business plan for a microenterprise to provide information and publicity of tourist services especially the few ones promoted through of implementation of software of easy handling. The information will be complete, sure, upgraded, of quality, of use-friendly and it consults. We will also promote Ecuadorian tourist entities.

1. Introducción

El turismo en el siglo XXI es probablemente la actividad económica más importante del mundo. Su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión.

El Ecuador cuenta con una extensa gama de sitios turísticos que muestran la belleza, riqueza y diversidad de sus tierras. La variedad étnica, cultural, flora, fauna, clima y lugares exóticos hacen del turismo un valor agregado al desarrollo socioeconómico de este país, tal es así, que desde 1992 Ecuador empezó a dar sus primeros pasos en la explotación de sus atractivos naturales, lo que actualmente lo sitúa entre los 10 destinos más importantes para el turismo de aventura de acuerdo a la revista especializada National Geographic Adventure [1].

Nuestras provincias del Guayas y Santa Elena poseen una gran variedad de lugares turísticos que son desconocidos, poco promocionados, y que sin embargo ofrecen servicios y atractivos turísticos de alta calidad.

Una de las mayores razones que nos incentivó a tomar esta alternativa de graduación es el deseo de hacer realidad nuestro emprendimiento y con ello alcanzar libertad financiera, es decir tener ingresos permanentes con lo cual nos asegura un bienestar económico y nos motive a seguir adelante en nuestro propósito.

2. Emprender una microempresa turística con base tecnológica

2.1. La microempresa

Crearemos una microempresa llamada HUCALO S.A. que ofrecerá información y publicidad turística mediante un portal web de información a través del Internet, promocionando lugares del Ecuador que son poco conocidos, difíciles de ubicar, no tan promocionados y que sin embargo también ofrecen una diversidad de servicios turísticos. Todo esto con la finalidad de proporcionar datos y detalles sobre los recursos que estos lugares nos brindan, de una manera rápida, oportuna, completa, segura, actualizada, de calidad, de fácil uso y consulta.

Para ofrecer nuestros servicios, los clientes (empresas turísticas) deben asociarse a nuestra microempresa. Al mismo tiempo nuestro negocio recibirá el respaldo de instituciones que deseen ser promocionados mediante anuncios publicitarios variados colocados en el sitio web.

Nuestra misión es ofrecer servicios informativos y publicitarios que promocionen la flora, fauna, el clima, cultura, arte, ocio y demás recursos de los lugares menos conocidos del Ecuador de manera eficiente, y mejorar el perfil de destino turístico de nuestro país para el mundo.

2.2. Factores claves del éxito (Propuesta de valor)

El turismo se sitúa entre los productos más demandados a través de la red, actualmente en el campo turístico, el uso de Internet y “las nuevas tecnologías están revolucionando el sector turístico y la forma de operar de todos los agentes de la cadena de valor. Los proveedores usan el contacto electrónico directo para dirigirse a los consumidores, suprimiendo a los intermediarios” [2].

La primera ventaja que tiene nuestro emprendimiento se debe a que la propuesta ofrecerá un servicio de información completo y actualizado usando las TICs.

A continuación algunos de nuestros factores claves que nos llevan al éxito:

- Nuestro producto, el portal web de información turística, contiene una alternativa que es considerada como uno de sus mayores beneficios, ésta es la información que ofreceremos sobre la localización, características y más detalles que describan aquellos lugares con atractivo turístico y que sin embargo no son conocidos por la mayoría de las personas que buscan alguna alternativa para visitar. Con esta opción consideramos que nuestro producto se diferencia y toma ventaja frente a la competencia ya que además de ofrecer la información y guía de variados sitios, estaremos al mismo tiempo promocionando más lugares que representan una excelente alternativa para alimentar el crecimiento turístico y económico del Ecuador.
- Otra de las ventajas competitivas de nuestro producto es el servicio de mensajes a su dispositivo móvil con lo cual, proveeremos detalladamente información efectiva sobre el sitio ó destino turístico elegido por nuestros visitantes que se registren en nuestro portal.
- El sistema de información turística es de fácil acceso y uso para cualquier persona que no necesariamente deberá tener un alto conocimiento de tecnología informática, nuestro servicio estará disponible en un portal web que marcará la diferencia frente a la competencia por su fácil uso y servicio efectivo. El cliente disminuirá las tensiones y estrés que de otra forma pueda tener al contar con un servicio de calidad como el nuestro.

3. Desarrollo de nuestro producto

3.1. La oportunidad

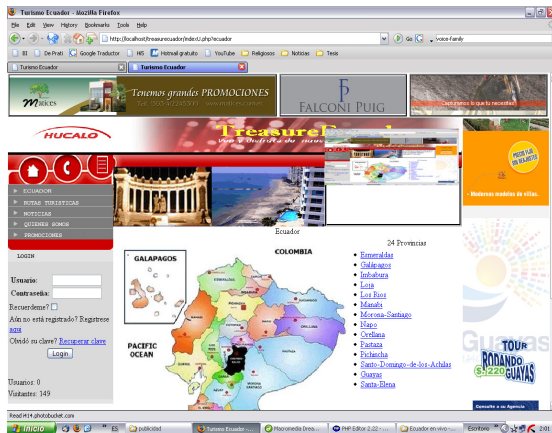
Es común que las personas acudan a los lugares más visitados y promocionados o aquellos que han sido tradición en las familias o grupos de amistades, razón por la cual nos privamos de conocer sitios que aunque

no sean conocidos poseen grandes atractivos y características que los hacen únicos y además propicios para la diversión ó el descanso. Esta es la oportunidad que se nos presenta para diseñar un producto tecnológico que satisfaga la necesidad de los turistas y de la gente de la localidad al desear obtener información completa y de calidad sobre los servicios turísticos que ofrecen las provincias del Guayas y Santa Elena.

4. El producto y el servicio

Nuestro emprendimiento consiste en presentar un Producto y ofrecer servicios con las siguientes características:

El producto: Un software informativo de los servicios que brindan las entidades de turismo. La información será presentada de manera interactiva y dinámica a través de texto, imágenes, videos y otras variantes novedosas que atraen a los usuarios, todo esto a través de un portal web llamado “Treasure Ecuador”. Se podrá hacer uso del sistema sin necesidad de poseer un alto grado de preparación académica ya que nuestro producto será de fácil uso y comprensión para todos los usuarios.



El sistema será desarrollado como Portal web utilizando la técnica AJAX que permite un acceso inmediato a las consultas que realice el usuario; el diseño será basado en estándares HTML.

Entre las opciones que ofrecerá el portal constan:

- Presentación de rutas, para guiar al turista por lugares donde puede encontrar: gastronomía, turismo cultural, deportes marinos, recreación, parques ecológicos e históricos, sitios históricos.
- Reportes que permitirán al usuario imprimir la información consultada en las rutas.
- Consultas de presupuestos para realizar visitas a las entidades asociadas. El turista podrá ingresar desde la computadora la cantidad monetaria con la cual realizará su viaje, de esa manera el sistema

le proporcionará una lista de lugares optativos según la base del monto ingresado.

- Envío de mensajes de texto a los dispositivos móviles de los turistas registrados en el portal con información turística actual.

El servicio: promocionar, en nuestro Portal, entidades turísticas del país, y mediante alianzas de asociación realizar anuncios publicitarios de empresas, negocios e instituciones.

5. El mercado

En los últimos seis decenios, el turismo ha experimentado un crecimiento sostenido y una diversificación cada vez mayor, para convertirse en uno de los sectores económicos del mundo que registra un crecimiento más rápido. Cada vez más hay destinos que invierten en el desarrollo del turismo. Esta dinámica ha dado lugar a que el turismo en la actualidad sea un motor clave del progreso socioeconómico.

El turismo se ha convertido en uno de los principales agentes del comercio internacional. En la actualidad, los ingresos de exportación generados por el turismo internacional ocupan la cuarta posición, después de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices, mientras que en muchos países en desarrollo el turismo es la primera categoría de exportación. Al paso que representa una de las principales fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo, crea el empleo y las oportunidades de desarrollo que tanto se necesitan.

5.1. Nuestros clientes

En nuestro negocio tenemos dos tipos de clientes: aquellos a quienes les ofreceremos el servicio de promocionar la información turística que brindan a beneficio de la población, a quienes llamaremos “entidades turísticas”; y aquellos quienes utilizarán nuestro producto donde se obtendrá la información completa sobre el turismo a quienes llamaremos “turistas”.

5.2. La competencia

Mediante el análisis de la competencia de sus fortalezas y debilidades de acuerdo a su tamaño, importancia de cada una de ellas y las políticas que aplican, hemos dividido a nuestra competencia en dos tipos: directos e indirectos.

Dentro los competidores directos, tenemos a los que ofrecen servicios de información turística que son:

- Portales Web: WelcomeEcuador.com [3], Visita Ecuador [4], Cámara provincial de la provincia de Guayas [5], Turismo Ecuador [6], Ecuador [7], Guayatur [8], Ecuador Destiny [9], Ecuador Adventure [10].

- Agencias Turísticas
- Programas Turísticos: ArcaAndina (Televisión pagada: Nickelodeon), Aquí Ecuador (Televisión abierta)
- Programas Turísticos

Los indirectos son todos aquellos que brindan servicios de publicitarios como los Medios de Comunicación.

5.3. Mercado Potencial

En función del Producto (Portal) y de los servicios que vamos a ofrecer podemos resumir que los ingresos económicos de nuestro emprendimiento van a provenir de las siguientes fuentes:

- Diseño y construcción de Portales turísticos, ya que debido a nuestra preparación académica podríamos ofrecer este servicio con excelente calidad.
- Promoción de entidades/instituciones turísticas. En este segmento estamos considerando a las municipalidades, Consejos Cantonales y Cámaras de Turismo.
- Publicidad de Servicios turísticos
- Publicidad de empresas/negocios y otros entes que no tienen relación directa con el turismo pero que desearían hacer publicidad a través de nuestro Portal.

5.4. Mercado Objetivo

En base al mercado potencial podemos estimar porcentajes conservadores para tener nuestro mercado objetivo para los primeros 3 años como se muestra en la tabla 1.

Nuestra proyección es incrementar el 35% anual a partir del 2do año iniciando con el mercado objetivo del primer año. El mercado internacional no se considera dentro de los 3 primeros años.

Las siglas de la siguiente tabla corresponden a: MP (Mercado Potencial), MO (Mercado Objetivo), A (Diseño y construcción de portales), B (Publicidad entidades/instituciones turísticas), C (Publicidad servicios turísticos), D (Publicidad empresas/negocios).

	MP	%MO	MO x año		
		1er año	1er	2do	3er
A	4.500	0,85%	38	52	70
B	34	18,00%	6	8	11
C	4.500	2,50%	113	157	217
D	20.000	1,00%	200	283	335
Total			357	500	633

Tabla 1. Proyección de clientes en los tres primeros años

6. Análisis Económico

HUCALO requiere una inversión inicial de \$12.000 para invertir en activos necesarios para la puesta en marcha de nuestro negocio y en capital de trabajo inicial. La proyección de ventas corresponde al estudio de mercado realizado y al empeño que pondremos en nuestro trabajo.

El Análisis Financiero del proyecto corresponde a las ventas de 3 años y nos da como resultado un VAN de \$23.301 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 68.75% con un periodo de pago descontado de 3,20.

7. Conclusión y resultados.

- Para llevar a cabo el emprendimiento de un negocio es importante la realización del plan de negocios, el cual es una herramienta muy valiosa para obtener el éxito de la empresa.
- No es necesario la creación de nuevas tecnologías si se tiene ideas innovadoras que hagan uso de las existentes.
- Los fracasos de proyectos informáticos son producto del incompleto análisis técnico y financiero. Un proyecto exitoso debe basarse en un análisis detallado de todos los requerimientos de los clientes para considerar dentro de los costos todas las variables involucradas.
- El proyecto contribuye al fortalecimiento del desarrollo económico y turístico del país, a la diversificación y diferenciación de productos y servicios turísticos.
- Según los resultados del análisis económico nuestro proyecto es viable ya que no genera pérdidas financieras en los tres primeros años.

8. Referencias

- [1] National Geographic – Adventure Staff, Wild Horizons 2006: Top 10 Adventure Nations. Disponible en http://www.nationalgeographic.com/adventure/0511/trips/adventure_travel_top_ten.html.
- [2] Telefónica, Industria Distribución y Servicios, Tendencias de Mercado, Turismo on line. Disponible en http://www.empresas.telefonica.es/catalogoT EE/solucionessectoriales/industria_distribucion/TendenciasMercado.html
- [3] <http://www.recorrecuador.com/>
- [4] <http://www.visitaecuador.com/>
- [5] <http://www.turismoguayas.com/index.php>
- [6] <http://www.turismoecuador.com/>
- [7] <http://www.ecuador.org/>
- [8] <http://www.guayatur.com/sp/index.htm>
- [9] <http://www.ecuadordestiny.net/>
- [10] <http://www.ecuadoradventure.ec/>

Nota: **Resolución de Consejo de Investigación C. de I.167.06 del 27 de noviembre de 2006**, se transcribe a continuación:

“C. de I.167.06.- El Consejo de Investigación resuelve que todos los investigadores de la ESPOL que escriban o participen en la escritura de un artículo (autor-coautor), ya sea de investigación o de difusión, deben expresar los datos de identificación de la institución, en forma normalizada de la siguiente manera:

Diana López, Rosa Castillo, Johanna Huamán, Ing. Víctor Bastidas
Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
Email del autor: dmlopez@fiee.espol.edu.ec,
rosita.castillo@gmail.com, jhuaman@fiee.espol.edu.ec

Resolución del Consejo de Investigación 26 de enero del 2007

C.de 1.034.07.- Se establece que la nueva guía del autor para la Revista Tecnológica regirá desde el 15 de febrero del 2007, para la presentación de artículos de los estudiantes en el proceso de graduación, tanto de pregrado como de postgrado.